

인사동정

<취임>



김상환 기아자동차 부회장



김상욱 흥국생명 부사장

방송광고심의 공휴일 관계없이 주2회 실시

한국광고자율심의기구(회장 조병량)는 지상파 방송광고 심의회의를 공휴일에 관계없이 매주 2회 개최기로 했다. 또 심의에 필요한 제출서류를 최소화하는 등 신청인들의 편의를 위해 심의절차를 대폭 개선한다고 밝혔다. 그동안 공휴일이 포함된 주에는 심의회의 개최 횟수가 줄어들어 이를 개선해달라는 광고계의 요구가 계속돼왔다.

[동화약품] 충주산업단지에서 첨단 신공장 기공식



국내 최초의 제약회사 동화약품이 지난 11월 1일 충북 충주시 용탄동 충주산업단지에서 윤도준 부회장, 김호복 충주시장, 황병주 충주시의회 의장 등 내외빈이 참석한 가운데 cGMP(미국 우수 의약품 품질관리기준) 신공장 기공식을 가졌다.

지하 1층, 지상 4층 규모의 신공장은 총공사비 1,300억원이 투입되는 메머드급 의약품 생산시설로 창립111주년이 되는 내년말 완공을 목표로 하고 있다. 한편 지난 11월 16일 동화약품 윤광필 회장이 한국경영상학회(회장 이문선 한양대 교수)가 수여하는 '2007 창업대상' 수상자로 선정됐다. 윤 회장은 동화약품 현대화의 기틀을 마련하고, 110년 최장수 기업으로 이끈 장본인이다.

1994년 시작해 올해로 14회째를 맞이하는 창업대상은 기업의 창업가로서 기업의 성장과 발전에 기여하고 경제발전에 공헌이 많은 자, 사회적 책임과 경영자로서 능력이 뛰어난 자를 선정하여

매년 수여하고 있다.

[한국코카콜라] 오감만족형 쇼핑카트 마케팅



코카콜라는 지난달부터 맛있는 음식엔 코카-콜라'라는 컨셉으로 홈플러스를 중심으로 대형 할인마트에서 프로모션 활동을 펼치고 있다. 소비자들 사이에서 요리에 대한 관심이 높아지면서 음식과 먹으면 더욱 맛있는 음료'를 매치 시키는 마케팅 활동을 통해 음료 활용 범위를 넓히는 것이 목적이다.

이중 가장 소비자의 주목을 끌고 있는 부분은 마트의 '쇼핑카트'를 활용해 소비자의 눈과 귀 등 오감을 자극하는 소비자 이색 마케팅이다. 손잡이에 센서가 내장된 '코카콜라' 모형의 조형물을 설치한 독특한 쇼핑카트는 '코카콜라'와 어울리는 음식이 있는 시식코너를 지나게 되면 밝고 경쾌한 음악에 맞춰 맛있는 음식들이 코카-콜라를 부르네요. 지금 코카콜라를 잡으세요'라는 목소리와 함께 불빛이 깜빡거린다. 시식코너의 맛있는 음식을 보면서 함께

걸들이면 더욱 맛있는 콜라를 연상하고 구매를 촉진하기 위해 시식코너 천장에 부착된 센서와 카트 내에 장착된 센서가 작동돼 불빛과 음원이 나오는 것. 주요 홈플러스 매장에서 국내 최초로 시도한 오감만족형 쇼핑 카트는 실제 매장을 방문한 주부 및 소비자들의 큰 호응을 얻고 있다.

[LG전자] 중유럽 최대쇼핑몰에 DID 공급



LG전자가 서유럽과 동유럽을 잇는 거점인 체코 최대의 쇼핑몰에 디지털 정보디스플레이(DID)를 공급했다. LG전자는 중유럽 최대 쇼핑몰인 체코 펠라디움'에 180cm(71인치) PDP 33대와 107cm(42인치) LCD 88대 등 총 121대의 DID를 설치했다고 밝혔다. 펠라디움은 유럽에서 세번째로

큰 쇼핑몰로 하루 평균 5000명이 찾고 있다. 이 쇼핑몰은 오픈 6개월 전에 900여 입점업체의 예약이 완료되면서 현지에서 화제가 된 바 있다. 특히 LG전자는 소니와 필립스 등 7개의 전자업체 간 치열한 경쟁을 벌인 이번 수주전에서 제품력과 서비스 대응력을 높게 평가받아 공급업체로 선정되면서 유럽에서 DID 부문 사업확대의 발판을 마련한 것으로 자체 평가하고 있다.

[삼성전자] 삼성 애니콜, 애니밴드(AnyBand)' 전격 공개



광고와 엔터테인먼트를 결합한 '브랜드 엔터테인먼트 마케팅'으로 새로운 바람 일으켰던 삼성전자가 애니콜의 네 번째 음악 프로젝트인 '애니밴드'를 전격 공개했다. 삼성전자는 지난 11월7일 서울 한강 잠원지구에 위치한 선상카페 프라디아'에서 애니모션, 애니클럽, 애니스타를 잇는 새로운 브랜드 엔터테인먼트 마케팅 작품 '애니밴드'의 미디어 초청 쇼케이스를 개최했다.

보아, 시아준수, 진보라, 타블로 등 국내 최고의 뮤지션들이 참여한 것이 알려지며 공개 전부터 네티즌 사이에서 뜨거운 관심을 얻고 있는 애니밴드'는 멤버들이 작사와 작곡, 연주 등에 직접 참여한 세 곡의 노래와 한 편의 뮤직 비디오로 구성되어 있다.

뮤직비디오의 주요 테마인 Talk, Play, Love'는 삼성 애니콜의 새로운 브랜드 슬로건으로, '즐겁게 대화(Talk)하고, 인생을 즐기고(Play), 더욱 사랑하자(Love)'는 메시지를 담고 있다.

광고와 엔터테인먼트를 결합한 '브랜드 엔터테인먼트 마케팅'으로 새로운 바람 일으켰던 삼성전자가 애니콜의 네 번째 음악 프로젝트인 '애니밴드'를 전격 공개했다. 삼성전자는 지난 11월7일 서울 한강 잠원지구에 위치한 선상카페 프라디아'에서 애니모션, 애니클럽, 애니스타를 잇는 새로운 브랜드 엔터테인먼트 마케팅 작품 '애니밴드'의 미디어 초청 쇼케이스를 개최했다.

[KT&G] 흡연예절 캠페인 실시

KT&G는 11월 26일부터 흡연 예절을 계도하는 카드를 삽입한 담배를 시판한다고 밝혔다.

자사 브랜드 아리랑' 담배 제품 안쪽에 흡연 예절에 관련된 문구와 삽화가 그려진 카드를 담아 판매하는 것. 예를 들어 공초를 길에 버리셨습니까? 양심도 같이 버리셨군요! 흡연매너, 나를 보여주는 또 다른 언어입니다' 차창 밖으로 던진 공초, 차창 밖으

로 던진 인격! 흡연매너, 나를 보여주는 또 다른 언어입니다'라는 문구가 각각 삽화와 함께 들어있다.

KT&G는 제품생산 관련설비가 확충되는대로 아리랑 외에 다른 브랜드에도 공익광고 카드를 집어넣는 한편, 청소년 흡연 예방 캠페인, 흡연 환경 개선사업 등도 함께 전개해 나갈 계획이다. KT&G 관계자는 '담배 사업자로서 범사회적 기초질서 지키기 캠페인에 동참하는 한편, 기업의 사회적 책임을 완수하기 위해 흡연 예절 관련 공익캠페인을 전개하기로 했다'고 설명했다.

[새광고] 현대차, 쏘나타 트랜스폼



영화 트랜스포머에서 이름을 차용한 현대차 동차 쏘나타의 신형 '트랜스폼'. 최근 방영이 시작된 트랜스폼 광고는 영화 트랜스포머

의 오토봇 군단의 일원을 소개하는 듯 현란하다. 빅모델을 배제하고 일반모델을 활용해 쏘나타 트랜스폼의 장점을 최대한 살려낸 이번 CF를 통해 현대차는 트랜스폼의 국내외 판매 효과를 극대화할 계획이다. 한편 현대차의 쏘나타 트랜스폼은 가솔린 2.0/2.4, 디젤 2.0, LPI 2.0 등 4개 모델로 구성됐으며 독자개발한 2세대 세타II 엔진을 장착해 연비를 혁신적으로 개선했다. 엔진의 최대출력은 163마력(기존 146마력)이다. 163마력에 대한 부분은 이번 트랜스폼 TV방영 광고 끝 부분에 강조된다.

[새광고] TU미디어, 라이프 드레스로 즐기는 나만의 38개 채널

우리가 사는 곳은 언제나 시끄럽고 복잡하다. 그래서 주위를 단절시키고 나만의 공간에서 편안하고 즐거운 시간을 가지고 싶다는 욕구를 요즘을 사는 소비자라면 누구나 가지고 있을 것이다. 이번 광고를 제작한 TU 관계자는 'TU만이 제공할 수 있는 퍼스널미디어라는 매체 고유의 속성과 38개의 채널로 제공되는 다양하고 풍부한 콘텐츠를 알리는 것이 쟁점이었다'고 말하며 평상시에는 스커트로 입고 다니다가 자신만의 공간을 원할 때 장착된 줄